

This Page Is Inserted by IFW Operations
and is not a part of the Official Record

BEST AVAILABLE IMAGES

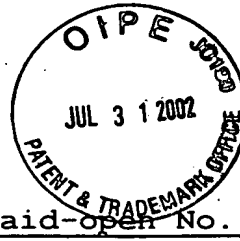
Defective images within this document are accurate representations of the original documents submitted by the applicant.

Defects in the images may include (but are not limited to):

- BLACK BORDERS
- TEXT CUT OFF AT TOP, BOTTOM OR SIDES
- FADED TEXT
- ILLEGIBLE TEXT
- SKEWED/SLANTED IMAGES
- COLORED PHOTOS
- BLACK OR VERY BLACK AND WHITE DARK PHOTOS
- GRAY SCALE DOCUMENTS

IMAGES ARE BEST AVAILABLE COPY.

**As rescanning documents *will not* correct images,
please do not report the images to the
Image Problem Mailbox.**



Japanese Patent Application Laid-open No. Hei 11-282393

The internet advertising method for individuals according to
the purchase history

5 [0006]

[Implementation of an Invention Format]

Hereinafter, implementation of format of this present invention will be described. Fig.1 is the diagram explaining form of advertising for the present invention as an example of
10 a general home appliance-merchandising store. Fig.2 is the diagram showing the representation example of Web page that has a personal tracking record of purchases. Fig.3 is the diagram explaining the procedure to create individual advertising data from a purchasing history data.

15

[0007]

The present invention stores a user (customer) purchasing history as a database, and after that it issues and prints out a personal user ID and password and sends them to the user by
20 direct mail. When the user receives it, he/she accesses to the required page on the WWW (World Wide Web) browser. By entering the ID and password, the user sees the www page displaying the advertisement information based on the user purchasing history.

[0008]

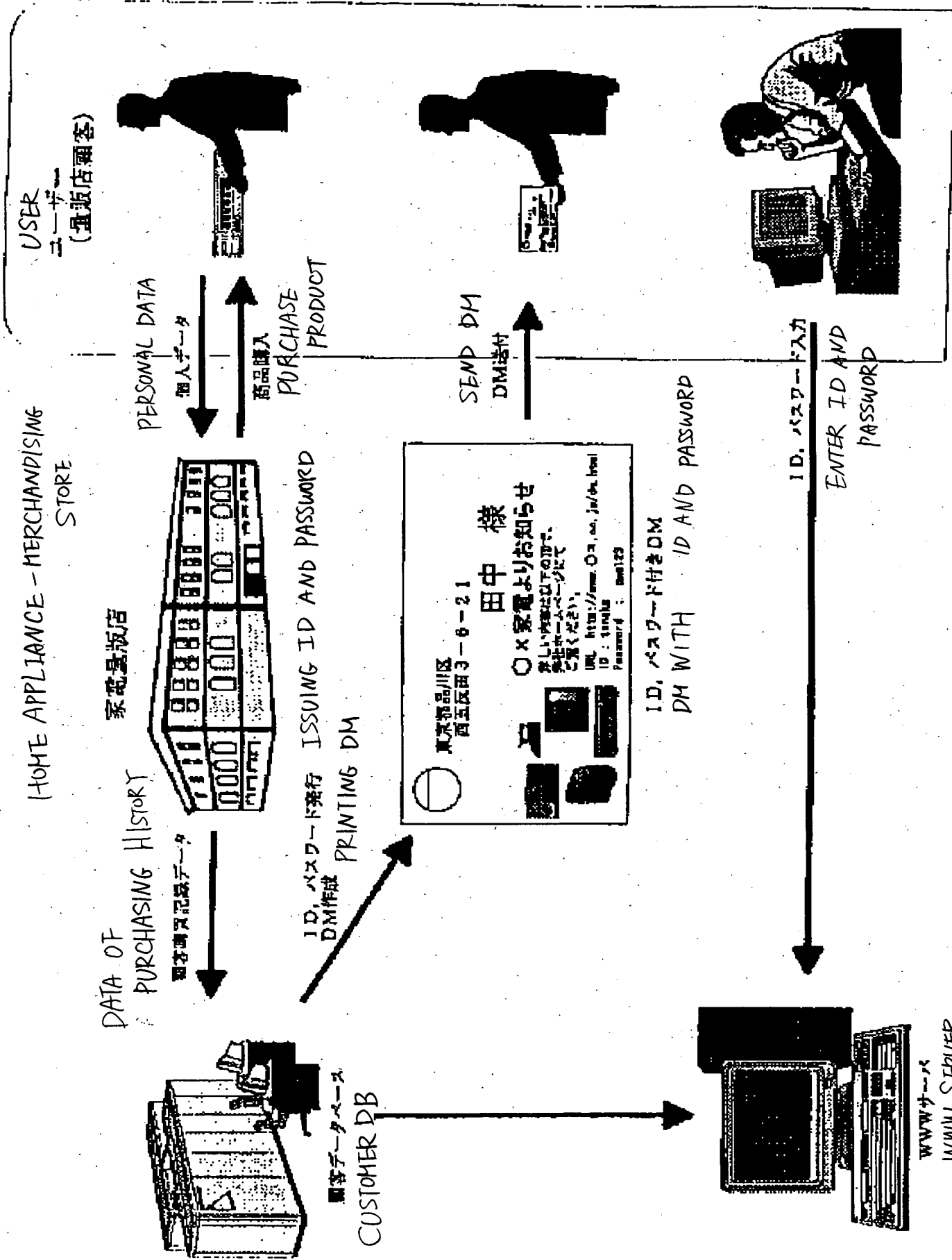
When a user purchases a product at a general home appliance-merchandising store, the store records the following information: Product Name, Manufacturer Name, Model Number, Price of the Product, Color of the Product, Date of Purchase, and User Information (Name, Address, Age, Gender, and Telephone Number), and these information are stored as a purchasing history database as Fig.1. The party who stores the purchasing history database (the appliance store in this example) issues ID and password for every customer. Issuing ID and password is conducted only in the first time, and it uses and distributes the ID and password to individual customers on a permanent basis after that. The issued or already issued ID and password are printed on the DM to send to the customer. The message "Please visit our Homepage with the distributed ID and password" is printed in the DM. When the user, who received this DM, accesses the store homepage using WWW browser from a mobile phone and puts his/her ID and password, the designated program (cgi script, for example) is started from the ID and password entered in the WWW server. Then HTML (Hiper Text Makeup Language) based on an individual customer is returned that is presented in Fig.2. A Fig.2 present a Web page that has a HTML layout, and it complies with a customer history data and presents the adequate product determined for a user.

[0009]

Then, a procedure to create the individual advertisement data, which is stored on WWW server from purchasing history data, is described by Fig.3. The data is categorized to product purchased, manufacturer, purchase time, and price from purchasing history data. They are used to develop an advertising policy on the new product over purchased product, the product of the same manufacturer, and a well-developed product. And then, it pulls off an advertising product, which matches a purchasing history data and an advertising policy, from the product database, that wanted to be advertised, and it layouts the product's illustration and characters by HTML format. This layout page is going to be saved on WWW server by customers. When a user accesses to the WWW server like this and puts his/her ID and password, he/she is identified as individual customer. Then an individual advertising HTML page created by the system mentioned above is returned. Following advertisements are example of considered contents to be placed on the individual customer HTML page: The advertisement that explains the total amount of the service offered, such as putting a matching memory on the customer's computer or installing a car navigation on the customer's car, will be effective in businesses, such as sales outlet for personal computers and automobiles, that customers need product support and optional products purchase after their

purchase of the product.

FIG. 1



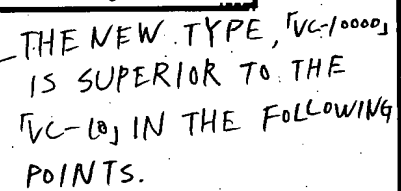


FIG. 3

DATA OF
PURCHASING HISTORY
購買履歴データ

購入商品	PURCHASED PRODUCT
メーカー	MANUFACTURE NAME
購入時期	DATE OF PURCHASE
価格	PRICE OF THE PRODUCT
⋮	

NEW PRODUCT OVER PURCHASED PRODUCT
- PRODUCT OF SAME MANUFACTURER
WELL-DEVELOPED PRODUCT
ADVERTISING POLICY

広告方針

購入商品に対する 新製品
同じメーカーの製品
さらに発展した製品
⋮

広告対象製品
の抜き出し
CHOOSE ADVERTISING PRODUCT

広告製品
データベース
ADVERTISING PRODUCT
DB

HTML形式
でレイアウト

WWWサーバ上に
顧客別に保存

LAYOUT ILLUSTRATION AND
CHARCTERS BY HTML FORMAT

STORE HTML DATA ON WWW SERVER

(19) 日本国特許庁 (J P)

(12) 公開特許公報 (A)

(11) 特許出願公開番号

特開平11-282393

(43) 公開日 平成11年(1999)10月15日

(51) Int.Cl.⁶

G 0 9 F 27/00

G 0 6 F 13/00

17/60

識別記号

3 5 5

F I

G 0 9 F 27/00

G 0 6 F 13/00

15/21

G

3 5 5

Z

審査請求 未請求 請求項の数1 OL (全 4 頁)

(21) 出願番号

特願平10-83525

(22) 出願日

平成10年(1998) 3 月30日

(71) 出願人 000002897

大日本印刷株式会社

東京都新宿区市谷加賀町一丁目1番1号

(72) 発明者 高橋重行

東京都新宿区市谷加賀町一丁目1番1号大

日本印刷株式会社内

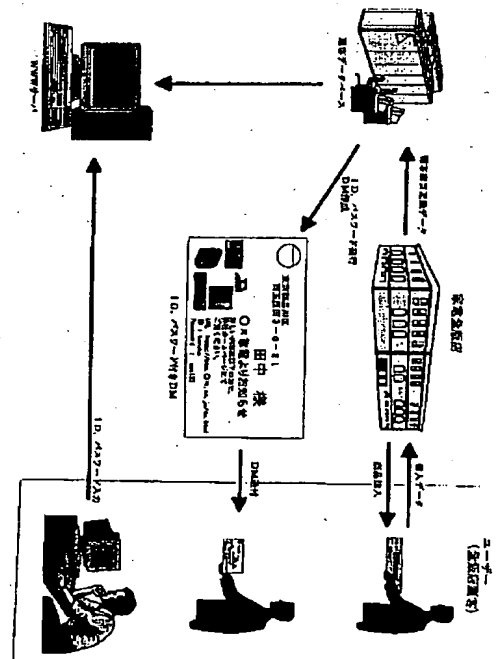
(74) 代理人 弁理士 蛭川 昌信 (外7名)

(54) 【発明の名称】 購買履歴に応じた個人別インターネット広告方法

(57) 【要約】

【課題】 ユーザー側負担を軽減し、ユーザーの好み、予算等を反映し、かつ必要な広告だけを行って表示スペースの軽減、ユーザーの広告に対する関心を引き上げる。

【解決手段】 ユーザー毎の購買履歴データベースを蓄積し、顧客毎にID、パスワードを発行してダイレクトメールに印字して配付し、顧客履歴に基づき、広告製品データベースから顧客に対応した広告対象製品を抜き出してWWWサーバー上に保存し、発行したID、パスワードが入力されたことを条件にユーザー個人を判定してWWWサーバー上に保存された顧客別の個別広告をユーザーに返すようにしたものである。



【特許請求の範囲】

【請求項 1】 ユーザー毎の購買履歴データベースを蓄積する段階、顧客毎に ID、パスワードを発行し、配付する段階、顧客履歴に基づき、広告製品データベースから顧客に対応した広告対象製品を抜き出し、WWWサーバー上に保存する段階、ID、パスワードが入力されたことを条件にユーザー個人を判定し、WWWサーバー上に保存された顧客別の個別広告をユーザーに返す段階からなる購買履歴データに応じた個人別インターネット広告方法。

【発明の詳細な説明】**【0001】**

【発明の属する技術分野】 本発明はユーザーの購買履歴に応じた広告情報をWWWページ上に表示するようにした個人別インターネット広告方法に関するものである。

【0002】

【従来の技術】 近年、インターネット上に開設したホームページを利用して様々な商品の広告が行われており、ユーザーは特定のホームページにアクセスしてその広告情報を自由に入手することが可能である。さらにユーザー毎に ID、パスワードを配付し、これを入力することによりユーザー毎のページを表示するシステムも存在し、特定の利用者にターゲットを絞って広告表示することが行われている。

【0003】

【発明が解決しようとする課題】 ID、パスワードを配付し、個人毎のページを表示する従来のシステムでは、個人毎の区別、反響を集計するために用いられているだけで、そこで提供される情報は提供する側からほぼ一元的、一方的に発信されるものであった。従って、ユーザーが本当に要求している情報をページ上に反映させるためには、アンケートや誘導メニューによりユーザーの要望を把握するしかなく、このような方法では広告を受け取るまでのユーザー側の負担が大ききという問題があった。また、従来の ID、パスワードを配付するシステムではインターネット上のみで完結しており、パソコン等に慣れているか興味を持っているユーザーに限られてしまいがちであり、さらにユーザーの購買履歴のようなデータベースと連動するものは存在しなかった。

【0004】 本発明は上記課題を解決するためのもので、ユーザーの好み、予算等を反映し、必要な広告だけを行い、表示スペースの軽減、ユーザーの広告に対する関心を引き上げられるようにすることを目的とする。

【0005】

【課題を解決するための手段】 本発明は、ユーザー毎の購買履歴データベースを蓄積する段階、顧客毎に ID、パスワードを発行し、配付する段階、顧客履歴に基づき、広告製品データベースから顧客に対応した広告対象製品を抜き出し、WWWサーバー上に保存する段階、ID、パスワードが入力されたことを条件にユーザー個人

を判定し、WWWサーバー上に保存された顧客別の個別広告をユーザーに返す段階からなることを特徴とする。

【0006】

【発明の実施の形態】 以下本発明の実施の形態について説明する。図 1 は家電量販店を例とした本発明の広告方法を説明する図、図 2 は個人の購買履歴に応じた Web ページの表示例を示す図、図 3 は購買履歴データから個別広告データを作成する手順を説明する図である。

【0007】 本発明はユーザー（顧客）の購買履歴をデータベースとして保管し、その後ダイレクトメール等でユーザー固有の ID、パスワードを発行してダイレクトメールに印字して配付し、これを受け取ったユーザーは WWW (World Wide Web) ブラウザー上の該当のページにアクセスし、この ID、パスワードを入力することにより、ユーザーの購買履歴に応じた広告情報が WWW ページ上に表示されるものである。

【0008】 図 1 において、ユーザーが家電量販店で商品を購入した場合、商品名、メーカー名、型番、金額、色、日時、ユーザー情報（氏名、住所、年齢、性別、電話番号）等が店側で記録され、購買履歴データベースとして蓄積される。顧客履歴データベースを蓄積している側では顧客毎に ID とパスワードを発行する。ID とパスワードの発行は、初回時のみ行われ、以後は顧客個人に対して恒久的に割り当てて使用する。顧客に送付するダイレクトメール（DM）には、発行した、あるいは既に発行済みの ID とパスワードを印字し、ユーザーに送付する。送付したダイレクトメールには配付した ID、パスワードで「弊社ホームページにてご覧ください」といった内容が印字されている。これを受け取ったユーザーが端末から WWW ブラウザーを用いて店のホームページにアクセスし、記載された ID とパスワードを入力すると、WWW サーバーでは入力された ID、パスワードから所定のプログラム（例えば、cgi スクリプト）を起動させ、図 2 に示すような顧客個人に応じた HTML (Hyper Text Markup Language) ファイル（ページ）を返す。図 2 は HTML 形式でレイアウトされた Web ページを示したもので、顧客履歴データに応じ、ユーザーにふさわしい特定された製品の紹介がなされる。

【0009】 次に、図 3 により購買履歴データから WWW サーバー上に保存される個別広告データの作成手順について説明する。購買履歴データから購入商品、メーカー、購入時期、価格等に応じて分類し、購入商品に対する新製品、同じメーカーの製品、さらに発展した製品等の広告方針をたてる。次いで、広告したい製品のデータベースから購買履歴データと広告方針とに合致する広告対象製品を抜き出し、この製品の図や文字を HTML 形式でレイアウトし、このレイアウトされたページを WWW サーバー上に顧客別に保存する。こうしてユーザーが WWW サーバーにアクセスし、ID、パスワードが入力

された時点で顧客個人を判定し、上のような手順で作成された個別広告のHTMLページが返されることとなる。顧客個人に応じたHTMLページに載せる内容としては、例えばパソコン販売店や自動車販売店等、商品本体購入後もその商品に応じたサポートやオプション品購入が必要な業種において、例えば、現在使っている機種に適合するメモリ、現在乗っている車種にカーナビを取り付けた場合の総額等といった広告が考えられる。

【0010】

【発明の効果】以上のように本発明によれば、ユーザー毎の情報（広告）表示をユーザーの購買履歴データベースを用いることにより、広告を受け取るまでのユーザー側の負担を軽減し、ユーザーの好み、予算等を反映した広告を行うことができ、あるユーザー個人には明らかに不要な商品の広告が表示される等のことがなくなり、必

要な広告だけを行うことにより、表示スペースの軽減、ユーザーの広告に対する関心を引き上げることが期待できる。また、従来のような単にダイレクトメールを送るものに比べて、インターネットを利用しての製品紹介ができるため、ダイレクトメール経費を節減することができ、さらに誰が見たか検知できるため、反応を知ることができるので、次のダイレクトメールにその反応を反映させ、その人に応じた広告を行うことが可能となる。

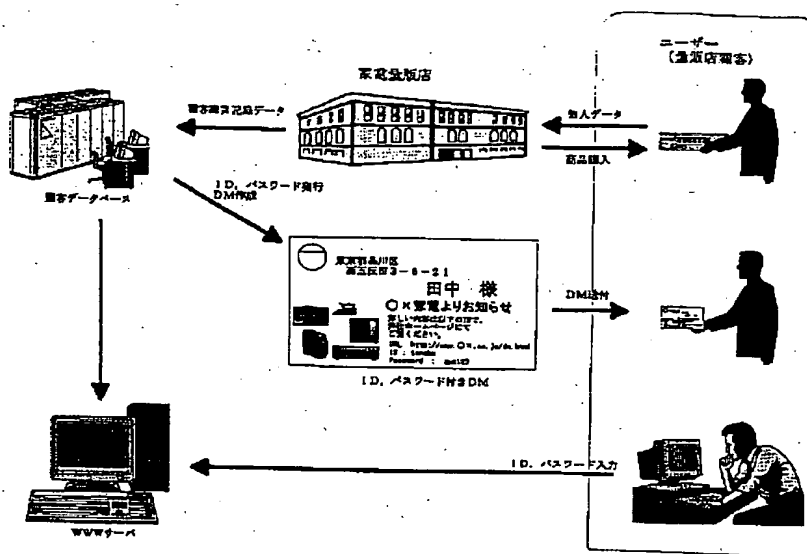
【図面の簡単な説明】

【図1】 家電量販店を例とした本発明の広告方法を説明する図である。

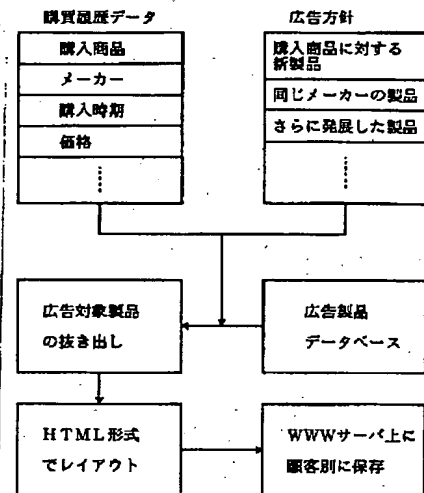
【図2】 購買履歴に応じたWebページの表示例を示す図である。

【図3】 購買履歴データから個別広告データを作成する手順を説明する図である。

【図1】



【図3】



【図2】

